



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Innovaciones metodológicas en docencia universitaria: resultados de investigación

Coordinadores

José Daniel Álvarez Teruel

Salvador Grau Company

María Teresa Tortosa Ybáñez

Coordinadores
José Daniel Álvarez Teruel
Salvador Grau Company
María Teresa Tortosa Ybáñez

© Del texto: los autores. 2016
© De esta edición:
Universidad de Alicante
Vicerrectorado de Estudios, Formación y Calidad
Instituto de Ciencias de la Educación (ICE), 2016

ISBN: 978-84-608-4181-4

Revisión y maquetación:
Salvador Grau Company
Daniel Gallego Hernández

8o. PROTO-COL. Aportaciones de una red interuniversitaria para la formación en protocolo y eventos (2010-2015)

*C. Campillo Alhama; I. Ramos Soler; R. Torres Valdés; A. Hernández Ruiz;
L. Herrero Ruiz; Estela Bernad Monferrer; César Fernández Fernández*

Dpto. Comunicación y Psicología Social
Universidad de Alicante
Dpto. Ciencias de la Comunicación
Universitat Jaume I de Castellón

RESUMEN. Este proyecto de innovación docente denominado “Proto-col: red interuniversitaria de trabajo colaborativo en protocolo y gestión de eventos” se ha desarrollado durante los últimos cinco cursos académicos (2010-2011, 2011-2012, 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015) y constituye en la actualidad un grupo de trabajo consolidado, en el que sus miembros han compartido un ejercicio de reflexión sobre las capacidades, habilidades y destrezas en este ámbito, por parte de los estudiantes de los Grados en Publicidad y Relaciones Públicas ofertados por la Universidad de Alicante y la Universitat Jaume I de Castellón. Para ello, durante estos años, se ha trabajado en el diseño de metodología didáctica aplicada a las asignaturas optativas vinculadas al protocolo y la gestión de eventos, y se han realizado diferentes investigaciones exploratorias sobre perfiles profesionales o la presencia de materias vinculadas a la gestión de eventos, el protocolo y las relaciones institucionales en las universidades españolas. Todas estas aportaciones, junto con la participación en cursos de especialización y másteres universitarios, la realización de proyectos académicos, la dirección de TFGs, TFMs y tesis doctorales reflejan el trabajo colaborativo de un grupo de profesores especializados en esta materia y justifica la pertinencia de este proyecto interuniversitario que se ha traducido en diversas contribuciones académicas y experiencias de enseñanza-aprendizaje.

Palabras clave: trabajo colaborativo, protocolo, gestión de eventos, competencias, universidad.

1. INTRODUCCIÓN

Nuestro trabajo se enmarca en el Proyecto Redes de la Universidad de Alicante, como una iniciativa del Vicerrectorado de Planificación Estratégica y Calidad que nos ha permitido desarrollar un proceso global de investigación, innovación docente y de formación del profesorado en este ámbito. El objetivo de este programa, desde su primera edición, es servir como plataforma para desarrollar procesos de enseñanza-aprendizaje que permitan a los docentes superar el modelo tradicional implementado con grandes grupos en clases magistrales. Se trata, en consecuencia, desde el nuevo escenario que establece el EEES, de ir configurando progresivamente otro modelo alternativo en el que los profesores proponen experiencias de aprendizaje variadas, adaptadas plenamente a las guías docentes de las asignaturas y conectadas con el ámbito profesional (Blázquez y Lucero, 2002; Carrasco y Pastor, 2006; Zabala, 2011).

En este contexto, y para favorecer interrelaciones y sinergias académicas, surge PROTO-COL como una red de trabajo colaborativo entre las dos universidades públicas de la Comunidad Valenciana que están ofertando en la actualidad el título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: La Universidad de Alicante y la Universitat Jaume I de Castellón. En ambas instituciones, las asignaturas optativas relacionadas con protocolo y gestión de eventos de las antiguas licenciaturas aparecen incardinadas en los nuevos Grados, dentro del módulo “Estructuras, técnicas y organización de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas”. La gestión de eventos y su protocolo quedaría, por tanto, vinculada a la disciplina de las relaciones públicas como técnica que posibilita la transmisión de la identidad, cultura y comportamiento de las organizaciones. No obstante, la evolución sistemática de los contenidos planteados en las guías, durante estos cinco años, ha permitido realizar planteamientos mucho más transversales, a partir de nuevas orientaciones relacionadas con la creatividad, la innovación, la aplicación de nuevas tecnologías al servicio de los eventos o los procesos de comunicación y gestión relacional 2.0.

En el actual contexto académico, las disciplinas de organización de eventos y protocolo han adquirido, hace ya unos años y coincidiendo con el comienzo de la red, el reconocimiento de estudios oficiales (tanto de Grado como de Másteres Universitarios). Las nuevas demandas sociales ponen de manifiesto la necesidad de contar con este tipo de estudios y de ser ubicadas en las universidades españolas, dentro del ámbito de la Comunicación y las CC. Sociales (Herrero-Ruiz, 2012, 2013). La presencia de dichas disciplinas en el ámbito científico y, por tanto, investigador, es una cuestión aún temprana, ya que los estudios oficiales en organización de eventos y protocolo tienen todavía un recorrido muy escaso.

NUESTRA TRAYECTORIA COMO GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN INNOVACIÓN DOCENTE: CINCO AÑOS DE CONTRIBUCIONES ACADÉMICAS

En la primera fase de este proyecto, durante el curso 2010-2011, analizamos en las asignaturas integrantes de la red Proto-col, la aplicación de diferentes estrategias docentes (*resumen, repetición, focalización, clarificación y preguntas*),

de aprendizaje (*la resolución de problemas, la autoinstrucción, la autogestión del aprendizaje o el pensamiento en voz alta*), epistémicas (*actividades de introducción o motivación, de conocimientos previos, de desarrollo, de síntesis-resumen, de consolidación, de refuerzo y recuperación o de ampliación*; así como *los esquemas conceptuales, las redes semánticas y los mapas cognitivos*). También analizamos la utilización de estrategias contextuales; ya que, a través de ellas, se incide en el contexto en el que se desarrolla la intervención docente. Así, este tipo de estrategias integran *la tutoría entre compañeros, el aprendizaje en grupo cooperativo o las estrategias docentes de gestión y control de las actividades desarrolladas por los alumnos*.

Analizar en un contexto didáctico concreto todas estas estrategias docentes, de aprendizaje, epistémicas y contextuales nos permitió verificar la adecuación de las mismas a los objetivos docentes establecidos, incidiendo en las coincidencias y divergencias más significativas entre asignaturas, e identificar las sinergias a las que convendría prestar atención en diferentes procesos didácticos que se presentaban con ciertas similitudes.

Por otra parte, durante este mismo curso, se realiza otra investigación en este primer año de constitución de la red (Campillo y Hernández, 2010) que se centró en la inserción del Protocolo como disciplina en los nuevos planes formativos; ya que, tal y como señalaban Sierra y Sotelo (2008), resultaba imprescindible dotar a esta materia de un estatuto epistemológico propio en los estudios de comunicación de las universidades españolas. Así, esta contribución del año 2010 constituyó una primera aproximación a la oferta académica oficial que permitiría al futuro graduado en Publicidad y RR.PP. desempeñar la función de gestor de eventos corporativos e institucionales.

Durante el siguiente curso académico (2011-2012), analizamos qué objetivos formativos fueron alcanzados de forma destacada por parte de una muestra representativa de alumnos que cursaban asignaturas vinculadas al ámbito del protocolo y la gestión de eventos en la licenciatura de Publicidad y RR.PP. de la Universidad de Alicante y de la Universitat Jaume I de Castellón, así como las habilidades y destrezas más significativas que, como estudiantes universitarios, identificaban con el rol del gestor de eventos. Estos resultados permitieron insistir y reforzar, dentro de las asignaturas optativas incardinadas en los nuevos grados universitarios, aquellos objetivos que no se habían conseguido de forma suficiente en la licenciatura. Este análisis se reforzó con una aproximación a los sectores laborales de relaciones públicas que interesaban, en mayor grado, a nuestros estudiantes, así como las actividades o tareas profesionales que vinculaban a su futuro ejercicio profesional.

A todo lo expuesto con anterioridad, debemos añadir la interacción permanente que se ha manifestado entre los integrantes de este proyecto de innovación docente; lo que ha permitido, desde la creación de la red, numerosas aportaciones en diversos congresos, jornadas, encuentros académicos así como colaboraciones docentes de diferente índole. Ejemplo de ello es la participación de algunos miembros de la red en el Máster Oficial en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación, dentro del módulo: “Puesta en valor y gestión de

intangibles territorio”, ofertado por la Universitat Jaume I de Castellón durante el curso académico 2011-2012 y 2012-2013; la participación en el curso de especialista universitario en “Gestión de Eventos y Acciones para la Reputación”, dentro del módulo denominado “El evento como dinamizador del territorio”, o la participación de la red en diferentes Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria, celebradas durante trece ediciones consecutivas en la Universidad de Alicante, desde el año 2003, y organizadas por el Instituto de Ciencias de la Educación (I.C.E.) junto con el Vicerrectorado de Planificación Estratégica y Calidad.

Imagen 1. Póster realizado con motivo de las X Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria “La participación y el compromiso de la comunidad universitaria”

PROTO-COL (2010-2012)
Red de trabajo colaborativo en protocolo y gestión de eventos

C. Campillo Alhama; A. Hernández Ruiz; E. Bernad Monferrer; C. Fernández Fernández



Dpto. Comunicación y Psicología Social
Universidad de Alicante



Dpto. CC. de la Comunicació
Universitat Jaume I de Castellón

INTRODUCCIÓN:

Ante la necesidad de reforzar en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas el perfil del alumnado en GESTIÓN DE EVENTOS Y LA APLICACIÓN DEL PROTOCOLO como disciplina instrumental, se analizan en esta red interuniversitaria de innovación docente, por una parte, las competencias, habilidades y destrezas que deberían ser potenciadas para desarrollar un proyecto de enseñanza-aprendizaje acorde con los parámetros establecidos por el EEES. Por otra, la metodología didáctica aplicada en las asignaturas optativas vinculadas a dicho ámbito formativo en las antiguas licenciaturas, que serán adaptadas a los nuevos grados en la UNIVERSIDAD DE ALICANTE y en la UNIVERSITAT JAUME I DE CASTELLÓN.

PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN:

- 1) Analizar **qué objetivos formativos** han sido alcanzados de forma destacada por parte de una muestra representativa de alumnos que han cursado asignaturas vinculadas al ámbito del protocolo y la gestión de eventos en la licenciatura de Publicidad y RRRP. de la Universidad de Alicante y de la Universidad Jaume I de Castellón.
- 2) Identificar **las habilidades y destrezas** más significativas que, como estudiantes universitarios, asignan al rol del gestor de eventos. Con estos resultados, podremos reforzar, dentro de las asignaturas optativas incardinadas en los nuevos grados universitarios, aquellos objetivos que no se han conseguido de forma suficiente en la licenciatura.
- 3) Analizar **la metodología didáctica** aplicada en ambos contextos educativos (UA y UJI) sobre gestión de eventos y protocolo, identificando las diferentes **estrategias** que se utilizan como referentes fundamentales en el proceso de intervención didáctica, en cada una de las asignaturas que componen la red.

METODOLOGÍA OBJETIVOS 1 Y 2:

- ❑ Cuestionario a partir de medidas elaboradas *ad hoc* y a partir de instrumentos utilizados por otros autores en estudios previos sobre el diseño de la curricula de Relaciones Públicas (curso 2000-2001).
- ❑ Muestra de 78 alumnos de la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante, representativa para la asignatura Protocolo Institucional y Empresarial con un nivel de confianza y margen de error de 95% y $\pm 5\%$. Sumamos una muestra de 20 alumnos de la asignatura Protocolo I Gestión de Evènements, de la Universitat Jaume I de Castellón, siendo la muestra global de 98 estudiantes.
- ❑ Distribución por sexo: 16 hombres (66%) y 82 mujeres (84%).
- ❑ Para medir el cumplimiento de los objetivos formativos de las asignaturas se utilizaron como ítems las competencias incluidas en la Guía Docente que se implementará para la asignatura Protocolo y eventos en instituciones y empresas que forma parte del módulo "Estructuras, técnicas y organización de la comunicación publicitaria y de las Relaciones Públicas" del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la UA. Se adoptó un formato de respuesta de tipo Likert de cinco puntos: (1= nada conseguido; 2= poco conseguido; 3= suficientemente conseguido; 4= bastante conseguido; 5= muy conseguido).
- ❑ Para medir las habilidades y destrezas necesarias a incluir en las asignaturas vinculadas con el protocolo y la gestión de eventos, se adaptaron para nuestro estudio algunos de los ítems utilizados por Gowry y Reber (2008) en su investigación sobre las competencias necesarias para la práctica de las Relaciones Públicas. El formato de respuesta es de tipo Likert de cinco puntos (1= nada importante; 2= poco importante; 3= suficientemente importante; 4= bastante importante; 5= muy importante) y evalúa el grado de importancia general que tiene cada una de las habilidades y destrezas planteadas para el futuro ejercicio profesional del gestor de eventos.

METODOLOGÍA OBJETIVO 3:

- PROCEDIMIENTO OBJETIVO 3:**
- ☐ Mediante el diseño de una matriz, elaborada a partir de la experiencia docente de los profesores responsables de las asignaturas que integran la red, podemos establecer interrelaciones que nos permiten observar, en primer lugar, cuáles son las estrategias más y menos habituales; y, en segundo lugar, determinar si la coincidencia entre las propuestas se basan en el nivel o ciclo en el que se imparten las asignaturas, o si por el contrario, no existen dependencias significativas.
 - ☐ Para completar la matriz de las asignaturas que componen la red, se utiliza un código elaborado *ad hoc* basado en la inclusión o exclusión de estrategias docentes, de aprendizaje, epistémicas, epistémicas derivadas y contextuales.

RESULTADOS

Tabla 1. Metodología didáctica aplicada en la asignatura "Protocolo institucional y empresarial"

☐ Se aplica de manera escasa o no se aplica
☐ Se aplica en la asignatura siempre o con bastante frecuencia

Asignatura: Optativa						
Descriptor: Estudio y aplicación del protocolo como técnica de las relaciones públicas en los sectores público y privado						
Titulación: Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas // UA						
Curso: 2010-2011						
Estrategias de marketing	resumen	negocios	Realización	definición	programa	cómo (indicar)
Estrategia de segmentación	selección de población	necesidades	segmentación (según edad)	segmentación en tres días	cómo (indicar)	
Estrategia competitiva	análisis de la competencia y sus ventajas	ventajas de las prestaciones o servicios	ventajas de la oferta de un negocio	ventaja de la actividad	ventajas de la prestación	ventajas de la organización
Estrategia organizativa	organigramas	medios	migas	cómo	cómo	
Estrategia promocional	técnicas creativas	segmentación por grupo	grupos	grupos	grupos	cómo (indicar)

Asignatura: Optativa						
Descriptor: Aplicación teórica y práctica del protocolo en el ámbito público y privado, con una extensión específica a las estrategias aplicables a la organización de eventos como vehículo para consecución de los objetivos comerciales y corporativos de la empresa o entidad						
Titulación: Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas // UJI						
Curso: 2010-2011						

Gráfico nº 1. Grado de consecución de los objetivos formativos en asignaturas vinculadas al protocolo y la gestión de eventos

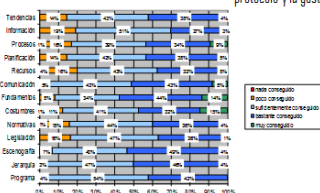
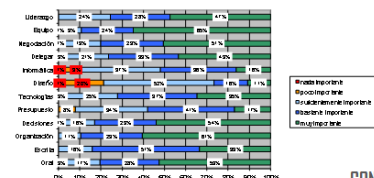


Gráfico nº 2. Relevancia de habilidades y destrezas profesionales



CONCLUSIONES

- 1) Con relación a los **OBJETIVOS FORMATIVOS** evaluados, nuestro estudiantado reporta un alto grado de satisfacción con el cumplimiento de los mismos. Sin embargo, existen ciertos aspectos vinculados especialmente al conocimiento de la legislación y normativa a nivel nacional, autonómico y local que requieren ser reforzados. Así mismo, parece consistente incidir en mayor profundidad en la aplicación de herramientas de gestión de recursos y la producción de información sobre los eventos en las asignaturas optativas encuadradas en los nuevos títulos de grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la UJA y la UJI.
- 2) En cuanto a las **HABILIDADES Y DESTREZAS** asociadas por parte de nuestro alumnado al perfil del relacionista, queda de manifiesto que tanto la capacidad para el diseño aplicado a la escenografía y la comunicación publicitaria de los eventos, así como su gestión y planificación a través de aplicaciones informáticas deben ser trabajadas desde planteamientos que desarrollen mayores competencias formativas de la estudiantado y desplieguen su interés como futuros profesionales.
- 3) La constitución de esta red de trabajo colaborativo también nos ha permitido realizar un ejercicio introspectivo sobre la **METODOLOGÍA DOCENTE** utilizada en diversas materias formativas al ámbito del protocolo y la gestión de eventos. Entre estas ciertas estrategias compartidas por todos los miembros de la red que, por tanto, parecen ser especialmente adecuadas para el alumnado adquiere los objetivos formativos planteados en las guías docentes de estas materias.

ANECA (2005). Libro Blanco de Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación. Recuperado el 5 de abril de 2012, de http://www.aneca.es/modul_aval/docs/libroblanco_comunicacion_def.pdf

GOWER, K.V., & ROSS, R.H. (2006) Pressured for perfection? Student perceptions about requirements and consequences for public relations writing. *Public Relations Review*, 32, 2, 103-109.

Imagen 2. Contribución de la red de innovación docente al Curso de Especialista en “Gestión de Eventos y Acciones para la Reputación”, organizado por el Dpto. de CC. de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón (febrero-mayo 2012)



Imagen 3. Sesión A_ “Máster Oficial en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación”, organizado por el Dpto. de CC. de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón (curso 2012-2013)



Imagen 4. Sesión_B “Máster Oficial en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación”, organizado por el Dpto. de CC. de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón (curso 2012-2013)



Otra de las contribuciones de este grupo de trabajo durante el curso 2012-2013 consistió en clarificar la presencia y visibilidad de asignaturas relacionadas con la gestión de eventos y el protocolo en las universidades españolas desde que Sierra y Sotelo (2008), así como Campillo y Hernández (2010), realizaran respectivamente sendos análisis exploratorios para indagar sobre esta cuestión. Por otra parte, la necesidad de consolidar el *status* científico de esta disciplina exige todavía esfuerzos muy importantes orientados a identificar y a categorizar las principales contribuciones académicas, nacionales e internacionales. Esta circunstancia nos sigue motivando para generar, desde nuestra red, nuevos recursos académicos que contribuyan a la formación integral de nuestros estudiantes. Por otra parte, la presentación de una ponencia al VIII Congreso de la Asociación Internacional de Relaciones Públicas (AIRP), fue otra de las aportaciones significativas durante el curso 2012-2013.

Imagen 5. Póster presentado al VIII Congreso de la Asociación Internacional de Relaciones Públicas (AIRP), celebrado en Zaragoza en la [Facultad de Comunicación](#)

Universidad San Jorge, bajo la temática: **"La conducta interactiva de los públicos para las relaciones eficaces"**. 25 y 26 de abril de 2013



Se impartió docencia y se asumió la tutorización de TFMs en el Máster Universitario Comunicación en Industrias Creativas (COMINCREA), desarrollado por el Dpto. de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante, durante los cursos académicos 2012-2013 y 2013-2014.

Imagen 6. Tutorización del TFM “La industria creativa de la organización de eventos y el protocolo. Un análisis bibliométrico de contribuciones académicas”. Alumna: Laura Herrero Ruiz. Tutoras: Irene Ramos Soler y Concepción Campillo Alhama. Máster Universitario en Comunicación e Industrias Creativas (2012-2013)



Así mismo, se está trabajando, desde el curso académico 2013-2014, en la dirección de una tesis doctoral sobre *Los eventos publicitarios en la estrategia de marketing experiencial de las organizaciones*, y se ha publicado un artículo en la revista académica AdResearch (ESIC) que lleva por título *La gestión estratégica de la marca en los eventos empresariales 2.0*¹.

En cuanto a docencia en Grado, durante el curso 2013-2014 y 2014-2015, se ha impartido en la Universidad de Alicante, dentro del Grado en Publicidad y RR.PP., la asignatura optativa de 4º curso denominada “Protocolo y Eventos en Instituciones y Empresas”², cuyo descriptor alude al estudio del protocolo como técnica de las relaciones públicas y su aplicación en la gestión de eventos en los sectores público y privado; la gestión de eventos oficiales, no oficiales y mixtos en la estrategia de las organizaciones; el protocolo y el ceremonial como elementos clave en la estructura y programación de los eventos; los principios y fundamentos del protocolo como disciplina instrumental; las técnicas protocolarias, la regulación protocolaria y la normativa sectorial en el protocolo oficial; los usos,

¹ Disponible en: <http://adresearch.esic.edu/2014/07/22/adresico10003/>

² Disponible en: <http://cv1.cpd.ua.es/consplanesestudio/cvFichaAsiEEES.asp?wCodAsi=22548&scaca=2013-14&wLengua=C&wCodEst=C154>

costumbres y tradiciones presentes en la gestión de los eventos; los procesos de comunicación (publicitarios y de rr.pp.) en la planificación y ejecución de los eventos, así como los procesos de producción de noticias (*newsmaking*) en la planificación y ejecución de los acontecimientos especiales.

También en la Universitat Jaume I de Castellón, se ha impartido durante ambos cursos académicos, como asignatura optativa, “Protocol i Gestió d’Esdeveniments”, con el siguiente descriptor: delimitación del concepto del protocolo, sus principios, fundamentos, tipología y su regulación; protocolo oficial y conceptos fundamentales (precedencia, presidencia, vexilología, tratamientos protocolarios...); protocolo empresarial, gestión de eventos empresariales internos y externos; relevancia de los intangibles en las acciones comunicativas empresariales; planificación de un evento, a partir de sus fases (previa, ejecutiva y post-evento) tratando sus diferentes manifestaciones (tipología: convención, junta general de accionistas, rueda de prensa, viaje oficial, banquete, conferencia,...); logística y proveedores; normas protocolarias en restauración, etiqueta y educación social.

Se han dirigido, durante el curso académico 2013-2014 y 2014-2015 diferentes trabajos final de grado (TFGs) sobre temas tales como: *Los eventos 2.0, su creatividad y las nuevas tendencias aplicadas al sector de los eventos*; *Los eventos experiencia en el sector de la bebidas alcohólicas en España: características básicas*; *Los conciertos en España como eventos musicales experienciales*³; *El matrimonio como evento social*; *La influencia política en la disciplina del protocolo*; *Organización de eventos culturales: los Goya y la política*; *Branducers: un evento sobre Branded Content*; *Organización de los Juegos Olímpicos de Londres 2012*; *Experiencias de marca en el evento Mercedes Benz Fashion Week*⁴; *Protocolo y eventos culturales: los premios Goya 2015*.

Por otra parte, y como colaboración académica y docente, se ha asumido durante los cursos 2013-2014 y 2014-2015, por parte de algunos integrantes de la red, la coordinación y dirección del Máster en Gestión de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales (IMEP-UMH), así como el desarrollo de diferentes módulos formativos.

2. METODOLOGÍA

2.1. Investigación sobre metodologías docentes (curso 2010-2011)

Nuestro objetivo durante la primera fase de la red era, en primer término, analizar la utilización de las diferentes estrategias de intervención didáctica, en cada una de las asignaturas que componen la red: *Protocolo institucional y empresarial* (optativa 2º ciclo, licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad de Alicante), *Gestión de eventos corporativos* (obligatoria, curso de

³ Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/36918>

⁴ Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/48112>

Experto Universitario en Comunicación Estratégica para Pymes, Universidad de Alicante) y *Protocolo empresarial* (optativa, 1er. ciclo, licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas, Universitat Jaume I de Castellón). Mediante el diseño de una matriz, elaborada a partir de la experiencia docente de los profesores responsables de las asignaturas que integraban la red, se realiza un estudio exploratorio para observar, en primer lugar, cuáles eran las estrategias más y menos habituales; y, por otra parte, determinar si la coincidencia entre las propuestas se basaban en el nivel o ciclo en el que se impartían las asignaturas, o si, por el contrario, no existían dependencias significativas.

2.2. Investigación sobre la inserción del Protocolo, como disciplina, en los nuevos planes formativos del EEES (curso 2010-2011)

En este primer año de constitución de la red, a esta primera investigación, se suma una segunda, desarrollada por Campillo y Hernández (2010), que se centraba en la inserción del Protocolo como disciplina en los nuevos planes formativos ya que, tal y como señalaban Sierra y Sotelo (2008), resultaba imprescindible dotar a esta materia de un estatuto epistemológico propio en los estudios de comunicación de las universidades españolas. A través de un estudio exploratorio se han revisado como fuentes secundarias las webs institucionales de las 33 universidades españolas en cuya oferta académica aparecían los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas: tanto en las licenciaturas como en la transformación de los planes de estudio a grados oficiales.

2.3. Investigación sobre la consecución de objetivos de aprendizaje (curso 2011-2012)

Para analizar qué objetivos de aprendizaje habían sido alcanzados de forma destacada por parte de una muestra representativa de alumnos que cursaron asignaturas vinculadas al ámbito del protocolo y la gestión de eventos en la licenciatura de Publicidad y RR.PP. de la Universidad de Alicante y de la Universitat Jaume I de Castellón, así como las habilidades y destrezas que identifican al rol del gestor de eventos, se propone dentro de la red un proyecto de investigación. Con estos resultados, podríamos insistir y reforzar, dentro de las asignaturas optativas incardinadas en los nuevos grados universitarios, aquellos objetivos que no se han conseguido de forma suficiente en la licenciatura. Para ello, se diseña un cuestionario a partir de medidas elaboradas *ad hoc* y a partir de instrumentos utilizados por otros autores en estudios previos sobre el diseño de la curricula de Relaciones Públicas.

Durante el curso académico 2011-2012 se administró este cuestionario a una muestra de 78 alumnos de la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante, representativa para la asignatura *Protocolo Institucional y Empresarial* con un nivel de confianza y margen de error de 95% y $\pm 5\%$. Sumamos una muestra de 20 alumnos de la asignatura *Protocol i Gestió d'Esdeveniments*, de la Universitat Jaume I de Castellón; siendo la muestra global de 98 estudiantes. En cuanto a la distribución por sexo, la muestra está formada por 16 hombres (16%) y 82 mujeres (84%).

Para la evaluación del emplazamiento laboral se diseñó un instrumento de medición que comprendía ítems relativos tanto al sector de trabajo preferente para trabajar como a las tareas a desarrollar en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas. Y para medir el cumplimiento de los objetivos formativos de las asignaturas se utilizaron como ítems las competencias incluidas en la Guía Docente de la asignatura *Protocolo y eventos en instituciones y empresas* que forma parte del módulo “Estructuras, técnicas y organización de la comunicación publicitaria y de las Relaciones Públicas” del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la UA. Se adoptó un formato de respuesta de tipo Likert de cinco puntos:

(1= nada conseguido; 2= poco conseguido; 3= suficientemente conseguido; 4= bastante conseguido; 5= muy conseguido).

Por otro lado, para la medición de las habilidades y destrezas necesarias a incluir en las asignaturas vinculadas con el protocolo y la gestión de eventos, se adaptaron para nuestro estudio algunos de los ítems utilizados por Gower y Reber (2006) en su investigación sobre las competencias necesarias para la práctica de las Relaciones Públicas. El formato de respuesta es de tipo Likert de cinco puntos (1= nada importante; 2= poco importante; 3= suficientemente importante; 4= bastante importante; 5=muy importante) y evalúa el grado de importancia general que tiene cada una de las habilidades y destrezas planteadas para el futuro ejercicio profesional del gestor de eventos.

2.4. Investigación sobre la inserción de asignaturas vinculadas a la gestión de eventos y el protocolo en los planes de estudio de grado y posgrado (curso 2012-2013)

Durante el curso académico 2012-2013, se procedió a una investigación exploratoria de los estudios en Ciencias de la Comunicación en las 81 universidades españolas, realizando una búsqueda en los actuales planes de estudios de Ciencias de la Comunicación a través de las páginas web de las universidades, siguiendo los trabajos de Sierra y Sotelo (2008) o Campillo y Hernández (2010). Dicho trabajo realizado por Herrero Ruiz (2013) supone la actualización de las anteriores investigaciones.

Los resultados constataron que las materias relacionadas con el protocolo y la gestión de eventos adquieren un mayor calado en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas que en las antiguas licenciaturas: se produjo un incremento significativo de las universidades que incorporan en sus planes de estudio este tipo de asignaturas, y, en segundo lugar, en ciertas instituciones que ofertaban un itinerario específico en este perfil, se ha impuesto el carácter obligatorio de estas materias.

Por otro lado, a pesar del incremento de universidades que ofertaban materias vinculadas con el protocolo y la gestión de eventos, en la mayor parte de las instituciones analizadas no se identificaba en el año 2010, de forma explícita,

este perfil, como una de las posibles salidas profesionales del egresado en Publicidad y Relaciones Públicas⁵.

A todo ello, debemos añadir que la aparición de estudios de posgrado oficiales en las universidades españolas, relacionados con este perfil, iban a permitir a los estudiantes, tal y como hemos podido constatar años después, complementar su formación generalista, adquirida a partir del Grado, con la especialización en gestión de eventos y la aplicación del protocolo como disciplina social instrumental.

Las unidades de contexto seleccionadas para esta nueva búsqueda realizada por Herrero Ruiz (2013) fueron las siguientes:

- Grados/Carreras (licenciaturas/diplomaturas)
- Asignaturas obligatorias
- Asignaturas optativas
- Estudios de postgrado oficiales y propios (másteres)
- Títulos de experto universitario

El objetivo de esta investigación exploratoria consistía básicamente en realizar una aproximación a la oferta existente en Grado y Postgrado para la formación en las disciplinas del protocolo y la gestión de eventos, para constatar si estas materias se van consolidando de forma progresiva como disciplinas académicas en el contexto de las universidades españolas.

2.5. Investigación sobre Emprendimiento (curso 2014-2015): Red interuniversitaria para el desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes del grado en Publicidad y RRPP. PRP-Emprende (Coordinadora: Rosa M^a Torres Valdés)

A través de una de las integrantes de la red Proto-Col, coordinadora a su vez de otra red de innovación docente del programa del I.C.E., se nos propuso la posibilidad de analizar, a partir de la percepción de nuestros alumnos, si el autoempleo se contemplaba por parte de los futuros egresados del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas como una alternativa profesional.

Esta investigación exploratoria-descriptiva y longitudinal se sustenta en una pregunta de investigación a través de la cual nos planteamos si “los profesionales del sector de la comunicación con competencias sólidas en emprendimiento pueden optar a mejores posibilidades de desarrollo en su carrera profesional como trabajadores autónomos”. Por ello, el objetivo de este estudio es identificar cuáles son los aspectos (o ítems) fundamentales de los contenidos y de la metodología docente implementada en algunas asignaturas de la red Proto-col que contribuyen al desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes del grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Los resultados obtenidos permitirán, por una

⁵ Quizás la reducción a cuatro perfiles profesionales que establece el Libro Blanco (ANECA, 2005) podría explicar la falta de concreción de esta salida profesional.

parte, revisar las propuestas diseñadas en las diversas guías docentes de los integrantes de la red; por otra, realizar como grupo de trabajo colaborativo una nueva propuesta de metodología didáctica para consolidar las competencias emprendedoras en el perfil profesional de los estudiantes del Grado, junto con las cognitivas, procedimentales y actitudinales.

3. RESULTADOS DE LOS DIFERENTES PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Metodologías docentes (curso 2010-2011)

En primer término, respecto a *las estrategias docentes resumen y clarificación* se advierte que en todas las asignaturas vinculadas a la red se utilizan de manera habitual; el recurso a *la formulación de preguntas* al alumno no se utiliza de forma regular en la asignatura “Protocolo institucional y empresarial” (de la licenciatura de Publicidad y RR.PP., Universidad de Alicante); en consecuencia, parece conveniente establecer cierta reflexión sobre su pertinencia o su posible uso con una mayor regularidad, introduciendo, en el proceso de intervención didáctica de dicha asignatura, preguntas de diversa índole: ya sean memorísticas (que ayudan a recordar contenidos), aplicativas (que sirven para conectar teoría y práctica), demostrativas (utilizadas por el profesor para apuntar o razonar), clarificadoras (con objeto de aplicar el contenido explicado previamente), disciplinarias (para llamar la atención a aquellos sujetos distraídos o pasivos) y estimulantes (que permiten motivar al conjunto de los alumnos). Por otra parte, es la asignatura “Protocolo empresarial” (de la licenciatura de Publicidad y RR.PP., Universitat Jaume I de Castellón) la que presenta el mayor registro de metodología docente; no sólo utilizando todas las categorías establecidas en la tipología propuesta, sino incorporando otras complementarias.

Respecto a la asignatura “Gestión de eventos corporativos” (del Curso de Experto Universitario en Comunicación Estratégica para Pymes, Universidad de Alicante) se observa bien una ausencia o una aplicación escasa de *la repetición* y *la focalización* como estrategias docentes: este hecho puede estar relacionado con la madurez intelectual y cognitiva que poseen los alumnos de posgrado (que no necesitan estrategias de refuerzo), respecto a los que cursan enseñanzas de 1er. y 2º ciclo.

Si analizamos *las estrategias de aprendizaje*, como la secuencia de actividades y tareas que desarrolla el alumno para alcanzar los objetivos preestablecidos en los diferentes procesos educativos que se desarrollan en las asignaturas de esta red de trabajo colaborativo, observamos cómo *la autogestión del aprendizaje* no se utiliza en ninguna de las tres asignaturas; en esta estrategia no se produce intervención mediadora del docente durante el proceso didáctico, y es el propio estudiante quien controla su conducta de aprendizaje a través de tres componentes básicos: el autocontrol (que implica autoobservación y autorregistro de la conducta), la autoevaluación (en cuanto a las respuestas manifestadas por él mismo de acuerdo a un criterio establecido previamente a la actividad por el docente) y el

autorrefuerzo (derivado directamente del carácter positivo o negativo de su autoevaluación). En este sentido, creemos que dicha estrategia sería más pertinente utilizarla en la asignatura “Gestión de eventos corporativos”, incardinada en el curso de posgrado de “Comunicación estratégica para Pymes”, que en las otras dos asignaturas por el perfil de los alumnos.

La autoinstrucción y el pensamiento en voz alta se utilizan habitualmente en las asignaturas “Protocolo institucional y empresarial” de la licenciatura en Publicidad y RR.PP. de la Universidad de Alicante y en “Protocolo empresarial” de la misma titulación, en la Universitat Jaume I de Castellón: en *la autoinstrucción*, los alumnos reflexionan sobre “cómo deberían actuar” ante situaciones relacionadas con la materia que le presenta el docente. Esta fórmula les predispone para poder centrarse en un problema, identificar una estrategia concreta para solucionarlo, prestar atención a la tarea a ejecutar y alcanzar un grado alto de motivación respecto a ella. Y, aunque se plantea como una tarea eminentemente activa por parte del alumno, en tal situación de aprendizaje es fundamental la interacción del docente para orientar, reforzar o estimular al estudiante.

Respecto al *pensamiento en voz alta*, como descripción verbal de los procesos mentales que están implicados en la resolución de situaciones por parte del docente, podemos observar cómo se convierte también en estrategia habitual en ambas licenciaturas.

En cuanto a *las estrategias epistémicas* o relacionadas con el contenido, en todas las asignaturas se realizan *actividades de síntesis-resumen*; en el caso de las dos asignaturas optativas integradas en las licenciaturas de Publicidad y RR.PP. de la Universidad de Alicante y la Universitat Jaume I de Castellón, se suman *las actividades de desarrollo y de ampliación*. Esta circunstancia está relacionada, sin duda, con el número de horas lectivas que gestiona el docente como proceso de intervención didáctica con sus alumnos: siendo superior en el caso de las licenciaturas (45 horas), que en el del curso de Experto Universitario (12 horas), en el que se reducen de forma significativa el tipo de recursos metodológicos empleados.

Las estrategias de contenido derivadas como los *esquemas y redes conceptuales* son comunes entre los docentes de la Universidad de Alicante integrados en la red, mientras que en la Universitat Jaume I de Castellón aparece la elaboración de *mapas cognitivos* junto con *las redes conceptuales* y otras propuestas no tipificadas: todas ellas representan diferentes niveles de relación entre contenidos didácticos.

En *las estrategias contextuales*, observamos que *la tutoría entre compañeros* como función de tutela por parte de determinados alumnos (aventajados), que son formados previamente por el docente, sobre otros compañeros, es inexistente dentro de la red; las actividades más utilizadas son, en el caso de las asignaturas de las licenciaturas, *el aprendizaje en grupo cooperativo* así como *las estrategias de gestión y control*, destinadas a regular el trabajo en el aula como tarea de *equipo de trabajo* o desde una perspectiva *individual*. Existen coincidencias significativas

entre estas asignaturas y la asignatura de posgrado en *la gestión y control* basado en *la regulación* del trabajo en el aula y en *el trabajo individual*.

3.2. Inserción del Protocolo como disciplina en los nuevos planes formativos del EEES (curso 2010-2011)

Los resultados constatan que las materias relacionadas con el protocolo y la gestión de eventos corporativos adquieren un mayor calado en los Grado de Publicidad y Relaciones Públicas frente a las antiguas licenciaturas. En primer lugar, se ha producido un incremento significativo de las universidades que incorporan en sus planes de estudio este tipo de asignaturas. Y, en segundo lugar, en ciertas instituciones que ofertan un itinerario específico en este perfil, se ha impuesto el carácter obligatorio de estas materias.

Por otro lado, a pesar del incremento de universidades que ofertan materias vinculadas con el protocolo y la gestión de eventos, en la mayor parte de las instituciones analizadas no se identifica de forma explícita este perfil como una de las posibles salidas profesionales del egresado en Publicidad y Relaciones Públicas. Quizás la reducción a cuatro perfiles profesionales que establece el Libro Blanco (ANECA, 2005) podría explicar la falta de concreción de esta salida profesional.

Estudios futuros deberían contrastar estos resultados con la inserción laboral de las primeras promociones de graduados en Publicidad y Relaciones Públicas en nuestro país para verificar si existe una formación académica adecuada para satisfacer la demanda laboral de esta figura profesional.

3.3. Consecución de objetivos de aprendizaje (curso 2011-2012)

Con relación a los objetivos formativos evaluados, nuestros estudiantes han alcanzado un alto grado de satisfacción con el cumplimiento de los mismos. Sin embargo, existen ciertos aspectos vinculados especialmente al conocimiento de la legislación y normativa protocolaria a nivel nacional, autonómico y local que requieren ser reforzados. Así mismo, parece conveniente incidir con mayor profusión en la aplicación de herramientas de gestión de recursos y la producción de información sobre los eventos en las asignaturas optativas incardinadas en los títulos de grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la UA y la UJI.

En cuanto a las habilidades y destrezas asociadas por parte de nuestros alumnos a esta orientación del perfil del relacionista, queda de manifiesto que tanto la capacidad para el diseño aplicado a la escenografía y la comunicación publicitaria de los eventos, así como su gestión y planificación a través de aplicaciones informáticas integrales, deben ser trabajadas desde planteamientos que desarrollen mayores competencias cognitivas y procedimentales de los estudiantes que despierten su interés como futuros profesionales.

3.4. Inserción de asignaturas vinculadas a la gestión de eventos y el protocolo en los planes de estudio de grado y posgrado (curso 2013-2014)

Herrero Ruiz (2013) extrae datos muy reveladores al investigar la oficialización de los estudios en organización de eventos, protocolo y relaciones institucionales: del total de universidades españolas, sólo 2 universidades, la Universidad Camilo José Cela y la Universidad Miguel Hernández de Elche, ofertaban en ese momento como planes de estudio los Grados en Organización de Eventos, Protocolo y/o Relaciones Institucionales.

En el 2013, aumentaron considerablemente, ya que en las 47 universidades que poseen estudios en Ciencias de la Comunicación, la oferta de asignaturas (optativas y obligatorias) vinculadas ámbito de la organización de eventos, el protocolo y las relaciones institucionales. Si en el año 2005 la materia de protocolo/gestió de eventos únicamente se ofertaba en 11 universidades y en la modalidad optativa, en el año 2013 eran 24 las universidades que ofrecían la posibilidad de cursar asignaturas (optativas y obligatorias) relativas a dichas disciplinas. Por tanto, se observa cómo han ido aumentando considerablemente las universidades que ofertan formación reglada en el ámbito de la organización de eventos, el protocolo y las relaciones institucionales.

Por otra parte, sólo 10 universidades ofrecían la posibilidad de cursar un título de Experto o Especialista en este ámbito.

En consecuencia, el aumento del número de universidades que han ido ofertando estudios de protocolo, unido a la organización de eventos y/o las relaciones institucionales, es superior a hace unos años, tanto en grados universitarios como en postgrados. Mientras que en el año 2005 se ofertaban Másteres (oficiales o propios) en 8 universidades, en el año 2013 eran 13 las que ofertaban formación de postgrado en dichas disciplinas.

A la luz de los resultados de este análisis exploratorio, se determina que, aunque haya aumentado notablemente el número de universidades que ofertan en sus planes de estudio las materias relativas a la organización de eventos, el protocolo y/o las relaciones institucionales, aún parece necesario establecer un posicionamiento claro de dicho objeto de estudio. Las universidades empiezan a hacerse eco de la necesidad de ofrecer estas materias, especialmente con la aparición de los Grados Oficiales en organización de eventos, protocolo y/o relaciones institucionales. La oficialización de los estudios supone, sin lugar a duda, el primer paso para el reconocimiento de una profesión que, bajo los resultados obtenidos, necesita mayor presencia en las universidades españolas.

Asimismo, también se constata que la mayoría de las asignaturas que se ofertan en organización de eventos, protocolo y/o relaciones institucionales, provienen de los Grados en Publicidad y Relaciones Públicas o Turismo, lo que supone que en dichas disciplinas la organización de eventos, el protocolo y las relaciones institucionales se contemplen como materias necesarias para la formación de los futuros profesionales.

En definitiva, podemos afirmar que el protocolo, unido a la organización de eventos principalmente, y a las relaciones institucionales y la diplomacia pública en menor medida, ha adquirido entre el año 2005 y el 2013 mayor notoriedad y presencia en las universidades españolas.

A través de la radiografía realizada por Herrero Ruiz (2013) sobre los planes de estudio de Ciencias de la Comunicación, se constata la presencia recurrente de asignaturas y cursos de especialización relacionados con la organización de eventos, el protocolo y/o las relaciones institucionales en la universidad española.

3.5. Emprendimiento (curso 2014-2015): Red interuniversitaria para el desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes del grado en Publicidad y RRPP. PRP-Emprende (Coordinadora: Rosa M^a Torres Valdés)

A partir del análisis efectuado de las guías docentes de las asignaturas de la red participantes en esta investigación, la evaluación de los alumnos y un estudio a emprendedores y representantes del mercado laboral se desprenden los puntos fuertes y posibles áreas de mejora en capacidades emprendedoras de las asignaturas. Estas áreas de mejora se traducen en un enfoque más realista de las prácticas realizadas durante las clases hacia las condiciones del mercado laboral, la búsqueda de sinergias con profesionales y emprendedores del sector de los eventos y el protocolo, el impulso de actividades de relaciones con el sector profesional (networking, jornadas, prácticas en empresas) y la introducción de contenidos sobre creación de empresas y legislación.

4. CONCLUSIONES

En el contexto académico, la organización de eventos y el protocolo están adquiriendo una mayor presencia y se posicionan como herramientas clave para desarrollar las estrategias organizacionales. Los nuevos modelos de negocio necesitan de instrumentos innovadores para comunicar con sus grupos de interés o *stakeholders* la identidad y la cultura corporativa. La organización de eventos se posiciona, por tanto, como una herramienta de marketing y de gestión relacional donde la comunicación se vincula al servicio de las estrategias organizacionales. Tal es así, que existen números trabajos de investigación y tesis doctorales en las que se analiza, respectivamente, cómo la organización de los eventos institucionales está presente en la estrategia relacional de las administraciones públicas o cómo se utilizan por parte de las empresas en la estrategia de marketing. En este sentido, hemos podido constatar que, el protocolo se asume como un concepto basado en la capacidad persuasiva y en la relevancia que las empresas privadas y organismos públicos otorgan a esta herramienta de comunicación relacional: se erige, por tanto, como un elemento instrumental en la gestión de los eventos y las relaciones institucionales.

Esta red de investigación en innovación docente se constituyó en su día para otorgar valor a esta materia dentro de los planes de estudio oficiales de los Grados en Publicidad y Relaciones Públicas (y recientemente en Turismo) de las

universidades públicas en la Comunidad Valenciana, con el propósito adicional de facilitar su integración con el resto de asignaturas y disciplinas presentes en las diferentes propuestas formativas.

En diferentes análisis exploratorios que hemos realizado a lo largo de estos cinco años, se muestra que los resultados de la oferta formativa de los estudios en organización de eventos y protocolo en las universidades españolas es muy superior a partir del año 2010. Hemos podido comprobar que los Grados de Publicidad y RRPP así como los Grados en Turismo, entre otros, han ido incorporándose de forma progresiva dichas materias; por lo que consideramos que existe y existirá en los próximos años un mayor interés por la incorporación de estas disciplinas, vinculadas a la gestión estratégica de la comunicación y las relaciones públicas, en los estudios oficiales de grado y de posgrado.

En consecuencia, existe todavía un largo camino por recorrer para consolidar la disciplina del protocolo, la gestión de eventos y las relaciones institucionales como un ámbito académico sólido dentro del área de las CC. de la Comunicación.

5. DIFICULTADES ENCONTRADAS

La red tiene carácter interuniversitario, y esta circunstancia ha supuesto en algunas fases del proyecto una cierta dificultad de coordinación en cuanto al desarrollo de los diferentes trabajos y análisis que pretendíamos acometer. Mediante la aplicación Google Docs hemos podido solventar (al igual que en los cursos académicos anteriores) la necesidad de gestionar el proyecto desde una orientación dinámica y continua de trabajo colaborativo.

Nos planteamos, en cada convocatoria de redes de innovación en docencia universitaria, objetivos ambiciosos que utilizamos como eje referencial de nuestras actividades docentes y de investigación; sin embargo, y a pesar de que no en todos los cursos académicos hemos podido alcanzar los objetivos establecidos, esta experiencia de trabajo colaborativo en innovación docente nos ha permitido reflexionar sobre las inmensas posibilidades de trabajo que ofrece esta línea de investigación relacionada con la organización de los eventos, el protocolo, la diplomacia pública y las relaciones institucionales.

6. PROPUESTAS DE MEJORA

En cursos sucesivos, pretendemos incrementar la colaboración docente y el diseño de nuevos materiales formativos que puedan ser compartidos por parte de todos los integrantes de la red. Como resultado conseguiremos generar recursos propios que puedan ser utilizados en nuestras respectivas trayectorias académicas como grupo de investigación. Otra de las cuestiones fundamentales que pretendemos acometer será la revisión de trabajos académicos, especialmente tesis doctorales y proyectos de investigación, que sirvan como fuentes secundarias para proyectos docentes y como referencias fundamentales para futuras contribuciones académicas por los integrantes de la red.

7. PREVISIÓN DE CONTINUIDAD

El trabajo colaborativo entre docentes que trabajan sobre una misma materia resulta básico en el nuevo contexto que se establece con el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Esta circunstancia obliga a aunar esfuerzos en el diseño de las propuestas o guías docentes de los nuevos grados. De esta forma, se comparten las experiencias de enseñanza-aprendizaje y se establecen objetivos formativos y procedimentales que pueden ser comunes en asignaturas enmarcadas en un mismo ámbito de conocimiento. Aprovechar las sinergias e interrelaciones que pueden surgir entre los profesores que integran redes de trabajo colaborativo basadas en la innovación docente contribuye, sin duda, a lograr cotas de eficiencia en el escenario actual.

Este proyecto de innovación docente se planteó con una duración estimada de dos años y ya hemos trabajado durante cinco cursos académicos, sumando nuevos integrantes a nuestra red.

Durante el curso académico 2010-2011 nos adaptamos como red de trabajo colaborativo, desarrollando una investigación basada en la transición de las asignaturas relacionadas con el protocolo y la gestión de eventos desde las antiguas licenciaturas a los nuevos grados universitarios de Publicidad y Relaciones Públicas en dos contextos educativos (Universidad de Alicante y Universitat Jaume I de Castellón) y realizamos una incursión en la metodología utilizada por los componentes de la red. En el curso 2011-2012 continuamos con dicha introspección metodológica, incidiendo en las estrategias docentes diseñadas a tal efecto. Durante el curso 2012-2013, hemos acometido diversos trabajos para analizar el estado actual de la disciplina en las universidades españolas. Durante el curso 2013-2014 hemos realizado diversas aportaciones y contribuciones académicas, y también hemos tutorizado trabajos finales de grado, trabajos finales de máster y direcciones de tesis, destinadas a reforzar la presencia académica de esta materia de estudio. Durante el curso 2014-2015 se han trabajado las capacidades emprendedoras de las guías docentes de algunas asignaturas integradas en la red.

Este proyecto de innovación docente, desarrollado durante los últimos cinco cursos académicos, nos ha permitido realizar diferentes aportaciones en congresos, jornadas y encuentros académicos relacionados con innovación educativa y participar como formadores en cursos de especialización sobre protocolo y gestión de eventos.

Como futuras líneas de investigación para los siguientes cursos académicos nos centraremos, entre otras cuestiones, en una revisión de contribuciones académicas relevantes que sirven para consolidar el *status científico* de estas disciplinas, y en el análisis de las unidades de empleabilidad de diversas instituciones académicas para contrastar si el perfil de nuestros estudiantes se ajusta a la actual demanda laboral de las organizaciones, instituciones y empresas en estas áreas funcionales que se analizan desde nuestra red.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aneca, (2005). Libro Blanco de Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación. Disponible en http://www.aneca.es/modal_eval/docs/libroblanco_comunicacion_def.pdf.
- Blázquez, F. y Lucero, M. (2002). Modelos y técnicas de evaluación didáctica, en Medina, A. y Salvador, F (Coords.), *Didáctica General*. Madrid: Pearson Educación.
- Campillo, C. (2011a). La articulación de la gestión política a través de la planificación estratégica de las relaciones informativas. Un estudio exploratorio sobre la agenda temática en el municipio de Elche. *Fisec Estrategias*, año VI (15), pp. 125-146.
- Campillo, C. (2011b). Comunicación Pública y Gestión Estratégica Municipal. Un estudio exploratorio sobre la agenda temática. Instituto Andaluz de Administración Pública (IAAP), Sevilla.
- Campillo, C. y Hernández, A. (2010). Nuevas necesidades formativas para el perfil del gestor de eventos en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, en Sierra, J. y Cabezuelo, F. (Coords.), *Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación*, Madrid: Fragua, pp. 112-133.
- Campillo, C., Ramos, I., Castelló, A. (2013). La gestión relacional de la marca en los eventos empresariales 2.o. Actas VIII Congreso AIRP. Zaragoza: Universidad San Jorge.
- Carrasco, V. y Pastor, F. (2006): Innovación en los modelos docentes de la educación universitaria, en Martínez, M.A. y Carrasco, V. (Eds.), *La construcción colegiada del modelo docente universitario del siglo XX*, Alicante: Marfil, pp. 27-42.
- Herrero Ruiz, L. (2012). La Organización de Eventos y el Protocolo: Análisis Exploratorio. Valor añadido de las Relaciones Institucionales. IMEP.
- Herrero Ruiz, L. (2013). La industria creativa de la organización de eventos y el protocolo. Un análisis bibliométrico de contribuciones académicas. TFM Máster Oficial Comunicación en Industrias Creativas. Universidad de Alicante.
- Sierra Sánchez, J. (2008). Protocolo: herramienta comunicativa persuasiva y simbólica. *Revista Zer*, volumen 13(24), pp. 337-361.
- Sierra Sánchez, J. & Sotelo González, J. (2008). El estado actual del protocolo a nivel jurídico y profesional. *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías Icono14*, número 11, pp. 1-34.
- Zabala, M. (2011). Metodología docente. *Revista REDU*, V.9, 3, 75-98.